

F-6919



IN THE UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE

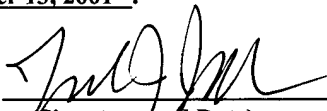
Applicant : Markus KIRNER
Serial No. : 09/817,444
Filed : March 26, 2001
For : INFORMATION AND COMMUNICATION SYSTEM
Group Art Unit : 1204
Examiner : (Not yet known)

RECEIVED
SEP 19 2001
Technology Center 2100

Certificate of Mailing Under 37 CFR 1.8

I hereby certify that this correspondence is being deposited with the United States Postal Service as first class mail in an envelope addressed to ASSISTANT COMMISSIONER FOR PATENTS, WASHINGTON, DC 20231 on September 13, 2001.

Frank J. Jordan
(Name of Registered Representative)

 09/13/01
(Signature and Date)

Assistant Commissioner
for Patents
Washington, D.C. 20231

LETTER FORWARDING CERTIFIED PRIORITY DOCUMENT

Sir:

The above-identified application was filed claiming a right of priority based on applicant's corresponding foreign application as follows:

<u>Country</u>	<u>No.</u>	<u>Filing Date</u>
Germany	100 17 033.1	April 5, 2000

F-6919

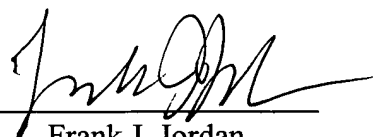
Serial No. 09/817,444

A certified copy of said document is annexed hereto and it is respectfully requested that this document be filed in respect to the claim of priority. The priority of the above-identified patent application is claimed under 35 U.S.C. § 119.

Respectfully submitted,

JORDAN AND HAMBURG LLP

By



Frank J. Jordan
Reg. No. 20,456
Attorney for Applicants

122 East 42nd Street
New York, New York 10168
(212) 986-2340

FJJ:pb
Enclosure: Certified Priority Document



**Prioritätsbescheinigung über die Einreichung
einer Patentanmeldung**

RECEIVED
SEP 15 2001
Technology Center 2100

Aktenzeichen: 100 17 033.1

Anmeldetag: 05. April 2000

Anmelder/Inhaber: ci4.net Aktiengesellschaft, Heilbronn, Neckar/DE

Bezeichnung: Informations- und Kommunikationssystem

IPC: G 06 F 12/14

Die angehefteten Stücke sind eine richtige und genaue Wiedergabe der ursprünglichen Unterlagen dieser Patentanmeldung.

München, den 19. März 2001
Deutsches Patent- und Markenamt
Der Präsident
Im Auftrag

**CERTIFIED COPY OF
PRIORITY DOCUMENT**

Nietadt



Zusammenfassung

- Internetbasiertes Informations- und Kommunikationssystem mit mindestens einem
- 5 als zentraler Server dienenden Rechner, umfassend von wenigstens einem Emit-
- tenten an bestimmte Personen ausgebbare Informationsträger, wobei jeder Infor-
- mationsträger einen trägerspezifischen Zugangscode aufweist, durch dessen Ein-
- gabe an einem externen Rechner auf einer von dem zentralen Server bereitge-
- stellten zentralen Zugangsseite durch die Person eine dem Zugangscode zuge-
- 10 ordnete codespezifische Informationsseite aufrufbar ist.

Informations- und Kommunikationssystem

Die Erfindung betrifft ein internetbasiertes Informations- und Kommunikationssystem mit mindestens einem als zentraler Server dienenden Rechner.

5

Viele Firmen benutzen das Internet, um auf diese Weise über ihre Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Von den Verbrauchern werden die Informationsmöglichkeiten des Internets vor einer Kaufentscheidung durch das gezielte Anwählen von Homepages verschiedener Firmen sowie das Herunterladen von In-

10

formationen genutzt.

In der Praxis tritt jedoch häufig der Fall auf, dass die genaue Domain-Adresse eines Unternehmens nicht bekannt ist. Angesichts der explosionsartig ansteigenden Anzahl von Domain-Namen im Internet ist es auch nicht möglich, dass jede Firma

15

ihren Firmennamen als Internet-Domain nutzen kann. Nach einer unbekannten Domain kann zwar über Suchmaschinen gesucht werden, doch ist diese Methode unsicher und eventuell langwierig, falls die betreffende Firma nicht in der Datenbank der Suchmaschine eingetragen ist. Dieser Umstand ist für den Verbraucher besonders unerfreulich, da das Heraussuchen der für ihn interessanten Angebote

20

umständlich und mühsam ist. Auf der anderen Seite muss eine im Internet werbende Firma befürchten, dass ihre Homepage nicht gefunden wird und die Verbraucher bei einem Wettbewerber kaufen.

25

Der Erfindung liegt daher das Problem zugrunde, dass Auffinden von Informationen im Internet zu erleichtern.

30

Zur Lösung dieses Problems ist bei einem Informations- und Kommunikationssystem der eingangs genannten Art vorgesehen, dass es von wenigstens einem Emittenten an bestimmte Personen ausgebare Informationsträger umfasst, wobei jeder Informationsträger einen trägerspezifischen Zugangscode aufweist, durch dessen Eingabe an einem externen Rechner auf einer von dem zentralen Server bereitgestellten zentralen Zugangsseite durch die Person eine dem Zugangscode zugeordnete codespezifische Informationsseite aufrufbar ist.

Der Informationsträger stellt die Verbindung zwischen den angesprochenen Interessenten oder Verbrauchern und den Informationen eines Unternehmens dar, das die Informationsträger an ausgewählte Personen verteilt. Zu diesem Zweck enthält er alle zum Auffinden der Informationen im Internet erforderlichen Hinweise. Durch die Verwendung eines trägerspezifischen Zugangscode ist sichergestellt, dass nur autorisierte Personen Zugang zu den Informationen erhalten können. Die Informationen können personalisiert zur Verfügung gestellt werden, indem sie auf persönliche Interessen abgestimmt sind. Grundsätzlich werden die Karten jedoch unpersonalisiert, d.h. anonym verteilt. Nur wenn der Kartennutzer es wünscht, kann er dem Kartenemittenten seine persönlichen Daten übermitteln. Der Zugang zu der Informationsseite kann von einem beliebigen mit dem Internet verbundenen Kommunikationsgerät aus erfolgen, beispielsweise über einen PC. Die Person wählt eine bestimmte, zentrale Zugangsseite an und gelangt auf die Internetseite des Betreibers des Informations- und Kommunikationssystems. Von dort aus sind weitere Informationen abfragbar.

Bei einem erfindungsgemäßen Informations- und Kommunikationssystem ist der Informationsträger als bevorzugt scheckkartenförmige Karte ausgebildet, auf der die Internetadresse der zentralen Zugangsseite und der Zugangscode aufgedruckt sind. Bevorzugt werden dabei Plastikkarten, die in der Art einer Scheckkarte ausgebildet sind. Auch eine Karte aus Karton oder dergleichen ist denkbar. Derartige Plastikkarten sind ein vom Markt akzeptierter Daten- und Werbeträger und erzeugen eine besonders hohe Bindungswirkung an ein bestimmtes Produkt oder Unternehmen. Die Scheckkarte kann vom Verbraucher bequem zusammen mit seinen übrigen Karten aufbewahrt werden, so dass er die gesuchte Internetadresse im Bedarfsfall problemlos auffindet. Alle dazu erforderlichen Informationen befinden sich auf der Karte. Die Internetadresse einer zentralen Zugangsseite dient als Einstiegseite, auf der der trägerspezifische Zugangscode eingegeben werden muss. Das erfindungsgemäße Informations- und Kommunikationssystem ist derart aufgebaut, dass die Plastikkarten von unterschiedlichen Firmen ausgegeben werden können. Beispielsweise kann eine Person eine Karte von einem Versandhaus und eine weitere Karte von einem Sportartikelhersteller erhalten. Bei beiden Kar-

ten läuft der Vorgang des Einloggens identisch ab, indem der Zugangscode auf der zentralen Zugangsseite eingegeben wird. Die hinter der Zugangsseite angebotenen Informationen können firmenspezifisch ausgewählt sein, d.h. das Versandhaus und der Sportartikelhersteller stellen unterschiedliche Angebote zur Verfügung.

Aus Sicherheitsgründen ist vorgesehen, dass der Zugangscode eine Kartennummer und einen Kartencode umfasst. Die Kartennummer dient zur eindeutigen Identifizierung des Benutzers, indem jede Kartennummer nur einmal vergeben ist. Der Kartencode hat die Funktion einer Geheimzahl, um eine missbräuchliche Verwendung zu verhindern. Bei dem erfindungsgemäßen Informations- und Kommunikationssystem weist der Server ein Mittel zum Vergleichen des eingegebenen Zugangscode mit einem in einer Datenbank des Servers gespeicherten Zugangscode auf und ermöglicht bei Identität den Zugang. Der individuelle Zugangscode wird bei der Kartenherstellung durch einen Zufallsgenerator erzeugt und ermöglicht nur autorisierten Benutzern den Zugang.

Besonders sicher sind erfindungsgemäße Informations- und Kommunikationssysteme, bei denen der Kartencode aus einer Zahlen- und/oder Buchstabenkombination besteht. Dadurch stehen genügend Kombinationsmöglichkeiten zur Verfügung, die die Sicherheit des Systems garantieren.

Es hat sich als besonders günstig herausgestellt, dass die Kartennummer wenigstens sechstellig, vorzugsweise achteellig, und der Kartencode wenigstens vierstellig, vorzugsweise fünfstellig ist. Es werden fortlaufende Kartennummern verwendet, wobei jede Nummer nur einmal vergeben wird. Die Kartennummer kann auch eine beliebige Kombination der Ziffern 0 bis 9 und/oder der Buchstaben A bis Z sein. Nach der Eingabe der Kartennummer und des Kartencodes erfolgt die Überprüfung der eingegebenen Daten mit den in einer Datenbank des Servers gespeicherten Daten. Bei Übereinstimmung wird der Zugang zu einer individuellen Kartenseite gewährt. Der Inhalt dieser codespezifischen Informationsseite wird von dem jeweiligen kartenemittierenden Unternehmen bestimmt. Denkbar ist auch, daß ein Unternehmen mehrere verschiedene Produktbereiche hat und

dementsprechend unterschiedliche Karten ausgibt, die an die angesprochenen Verbraucher verteilt werden. Die Karten können entweder in großer Streuung, z.B. über Werbeanzeigen in Zeitschriften verteilt oder persönlich übergeben werden. Die persönliche Übergabe erlaubt es dem Kartenemittenten andererseits, seine

5 Karten gezielt zu übergeben, so dass ihm bekannt ist, welcher Kunde welche Karte erhalten hat. Damit ist es möglich, einzelne Mitarbeiter als persönliche und kompetente Online-Berater einzusetzen. Beispielsweise werden die Karten in den einzelnen Abteilungen eines Kaufhauses verteilt. Somit erhält der Kunde seine Karte von einem Kundenberater aus einer bestimmten Verkaufsabteilung und fin-

10 det diesen Kundenberater auch online als persönlichen Berater vor.

In einer Weiterbildung der Erfindung ist bei einem erfindungsgemäßen Informations- und Kommunikationssystem vorgesehen, dass die codespezifische Informationsseite einen oder mehrere Hyperlinks aufweist, die mit Internetseiten des Kartenemittenten verknüpft sind. Nach dem Aufrufen eines Hyperlinks gelangt der

15 Benutzer entweder auf die allgemeine Homepage des Kartenemittenten oder auf eine speziell für das Informations- und Kommunikationssystem gestaltete Internetseite des Kartenemittenten. Alternativ können die Hyperlinks auch mit Informationsseiten anderer Anbieter, z.B. mit denen von Produktherstellern, verknüpft sein, auf denen der Benutzer die gewünschten Informationen findet. Durch die Verwen-

20 dung von Hyperlinks entfällt das umständliche manuelle Eingeben der Internetadressen. Das Auffinden der Informationen ist für den Benutzer sehr einfach und bequem. Das kartenemittierende Unternehmen erzielt mit geringem Aufwand die gewünschte Werbewirkung und kann potenzielle Kunden zielgruppenorientiert an-

25 sprechen.

Für den Benutzer ist es besonders vorteilhaft, dass die codespezifische Informationsseite durch die Eingabe eines Zugangscodes eines anderen Kartenemittenten um diesem zugeordnete Hyperlinks erweiterbar ist. Erhält der Benutzer eine Karte

30 von einem ersten kartenemittierenden Unternehmen, so hat er Zugang zu dessen Informationsangebot. Falls er zu einem späteren Zeitpunkt eine weitere Karte eines anderen Unternehmens erhält, kann er die Informationsangebote beider Anbieter nutzen, indem er die neue Karte mit der alten kombiniert. Der Benutzer loggt

7

sich zunächst mit dem Zugangscode der ersten Plastikkarte ein, anschließend kann er seine aktive Karte mit einer weiteren Karte seiner Wahl kombinieren, indem er die Kartenummer und den Kartencode der zweiten Karte eingibt. Der nächste Zugang kann entweder mit dem Zugangscode der ersten oder der zweiten Karte erfolgen, die daraufhin erscheinende Informationsseite ist in beiden Fällen dieselbe. Die codespezifische Informationsseite ist jetzt um die Informationen des zweiten Kartenemittenten erweitert. Auf diese Weise kann der Benutzer den Umfang und das Erscheinungsbild seiner codespezifischen, persönlichen Informationsseite nach seinen Interessensgebieten auf der Grundlage der erhaltenen Karten frei gestalten. Wenn mehrere Karten kombiniert sind, wird das Informations- und Kommunikationssystem zur zentralen Einkaufs- und Informationsplattform für den Anwender, da er die von ihm gesuchten Informationen trotz der unüberschaubaren Datenflut des Internets zuverlässig findet. Die Karte wirkt dabei als „Informationsfilter“ und trifft eine Vorauswahl aus dem Gesamtangebot, wobei lediglich vom Benutzer gewünschte, auf seinen persönlichen Informationsbedarf abgestimmte Informationen weitergegeben werden.

Besonders benutzerfreundlich ist ein erfindungsgemäßes Informations- und Kommunikationssystem, das ein Mittel zum Senden und Empfangen elektronischer Mitteilungen über die Informationsseite aufweist. Der Email-Austausch findet in erster Linie zwischen Kartenemittenten und dem Kartennutzer statt, wobei der Austausch der Emails online erfolgt. Die Emails werden zwischen der benutzerspezifischen Informationsseite des Kartennutzers und dem dazugehörigen Online-Postfach des Kartenemittenten ausgetauscht. Denkbar ist auch, dass der Kartenemittent die Beantwortung von Anfragen nicht selbst durchführt, sondern diese Leistungen von beauftragten Personen oder Dienstleistungsunternehmen erbringen lässt, die in der Art eines Call-Centers arbeiten. Der Kartenbenutzer kann über seinen Rechner gezielt Fragen zu bestimmten Produkten stellen, die von einem Mitarbeiter des Kartenemittenten persönlich beantwortet werden, so dass dem Verbraucher eine weitere Kontaktmöglichkeit zur Verfügung gestellt wird. Ein Kartenbenutzer kann sich per Email auch an den Betreiber des Informations- und Kommunikationssystems wenden und von diesem ebenfalls Service- oder Hilfeleistungen anfordern. Neben der Verwendung von Emails als systeminternes

Kommunikationsmittel können diese auch zum Versenden und Empfangen externer Mitteilungen benutzt werden, wodurch sich zusätzliche Werbemöglichkeiten ergeben. Der Betreiber des Informations- und Kommunikationssystems kann beispielsweise an die Emails der Benutzer eigene Werbetexte anhängen, um weitere
5 Kunden zu gewinnen und um das System bekannt zu machen. Speicherintensive Informationen werden jedoch nicht als Email-Anhang versandt, sondern durch in den Text der Email integrierte Hyperlinks übermittelt.

Der Kartenemittent verfügt über eine spezielle Karte, die es ihm ermöglicht, über
10 den allgemeinen Zugang auf sein eigenes Informationsangebot zuzugreifen. Er kann Emails lesen und versenden sowie das Erscheinungsbild, die Inhalte und die dazugehörigen Links seiner Informationsseiten verändern.

Es ist auch denkbar, dass der Betreiber des Informations- und Kommunikationssystems als Internetprovider fungiert, wobei die Kosten sowohl von den Benutzern
15 als auch von den werbenden, kartenemittierenden Unternehmen aufgebracht werden können. Die Abrechnung mit den Kunden kann dabei entweder nach der verbrauchten Zeit oder über eine Pauschalgebühr, eine sogenannte „flat rate“ erfolgen. Diese Möglichkeit ist für ein kartenemittierendes Unternehmen besonders
20 attraktiv, da auf diese Weise sämtliche Internetaktivitäten eines Benutzers über die Karte mit den werbenden Unternehmen in Verbindung gebracht werden.

Bevorzugt wird ein Informations- und Kommunikationssystem, bei dem eine elektronische Mitteilung Hyperlinks enthält, durch deren Anwahl kontextspezifische Informations- und/oder Hilfeseiten aufrufbar sind. Häufig tritt der Fall auf, dass viele
25 Verbraucher die gleichen Fragen stellen, beispielsweise nach der Lieferbarkeit, dem Preis oder dem Erscheinungstermin eines neuen Produkts. Oder es ergeben sich nach einem Kauf Fragen zur Anwendung und Handhabung oder bezüglich der Garantie. Die Bearbeitung dieser Anfragen lässt sich standardisieren, indem
30 die als Email verschickten Antwortmitteilungen Hyperlinks enthalten, die die gestellten Fragen beantworten. Die mit einem hohen Zeitaufwand verbundene individuelle Beantwortung von Anfragen kann entfallen oder zumindest sehr vereinfacht werden, was in der Folge sowohl zu einer verkürzten Bearbeitungszeit als auch zu

Kosteneinsparungen führt. Die Hyperlinks führen zu bestimmten Internetseiten des Kartenemittenten, auf denen der Benutzer die gesuchten Informationen findet. Die Internetseiten können baumartig miteinander verknüpft sein, wobei auf jeder Seite eine Auswahl zwischen mehreren Alternativen angeboten wird, so dass der Benutzer die gesuchten Informationen schrittweise auffinden kann.

Es kann auch vorgesehen sein, dass die Plastikkarte ggf. zusätzlich einen Speicher, vorzugsweise einen Magnetstreifen oder einen Chip aufweist, in dem Kartennummer und/oder Kartencode und/oder benutzerspezifische Daten gespeichert sind. Beim Einsetzen der Karte in einen Kartenleser einer mit dem Internet verbundenen Kommunikationseinrichtung wird der Zugangscode automatisch übermittelt und es wird die dem Zugangscode zugeordnete Informationsseite aufgerufen. Die Verwendung der Karte wird damit erheblich vereinfacht, da das manuelle Eingeben des Zugangscode entfällt. Die Karte kann vom Benutzer auch unterwegs überall dort eingesetzt werden, wo ein entsprechender Kartenleser zur Verfügung steht.

Ein weiterer Vorteil ergibt sich bei einem erfindungsgemäßen Informations- und Kommunikationssystem, wenn die Inhalte der dem Zugangscode zugeordneten Informationsseite benutzerseitig gruppierbar, erweiterbar und wieder löschar sind. Die Inhalte können frei nach Interessensgebieten kombiniert werden, so dass zum Beispiel mehrere Anbieter der gleichen Produktgruppe auf einer Seite zusammengefasst werden können. Es ergibt sich dadurch die Möglichkeit, mehrere Anbieter einer Produktkategorie zu kombinieren. Beispielsweise können drei verschiedene Fahrzeughersteller auf einer Seite gemeinsam dargestellt werden. Erhält der Benutzer anschließend noch die Karte eines vierten Fahrzeugherstellers, so können dessen Angebote auf der Informationsseite hinzugefügt werden. Wenn ein Unternehmen bei der Kaufentscheidung nicht mehr berücksichtigt werden soll, können die Informationen dieses Anbieters auf der gemeinsamen Seite gelöscht werden, so dass sie nicht mehr erscheinen.

Ein Ausführungsbeispiel der Erfindung wird anhand der beigefügten Figuren erläutert. Die Figuren sind schematische Darstellungen und zeigen:

Fig. 1 eine Bildschirmdarstellung der zentralen Zugangsseite des erfindungsgemäßen Informations- und Kommunikationssystems;

5 Fig. 2 die codespezifische Informationsseite beim erstmaligen Einloggen;

Fig. 3 eine benutzerseitig zusammengestellte Informationsseite mit Inhalten mehrerer Kartenemittenten; und

10 Fig. 4 eine von einem Kartenemittenten herausgegebene Plastikkarte mit einem aufgedruckten Zugangscode.

Als Informationsträger des Informations- und Kommunikationssystems dient die in Fig. 4 dargestellte Karte 11, die ähnlich einer Scheckkarte gestaltet ist. Der Benutzer erhält die Karte 11 von einem Unternehmen, das damit auf seine im Internet abrufbaren Angebote aufmerksam machen will. Die Karte 11 kann beispielsweise von einem Versandhaus verteilt worden sein. Wie in Fig. 4 zu erkennen ist, sind auf der Karte 11 verschiedene Informationen aufgedruckt bzw. eingeprägt, die das Auffinden der Internetinformationen ermöglichen. In der ersten Zeile ist die Internetadresse 12 des Betreibers des Informations- und Kommunikationssystems angegeben, die in dem dargestellten Ausführungsbeispiel www.card4.net lautet. Über diese Adresse erreicht man eine zentrale Zugangsseite 2, die bei jeder Kartenbenutzung aufgerufen wird.

25 Gibt der Benutzer die Internetadresse 12 in einem Browserprogramm eines mit dem Internet verbundenen PC ein, so erscheint auf einem Bildschirm 1 die in Fig. 1 abgebildete zentrale Zugangsseite 2. Es spielt dabei keine Rolle, ob der Benutzer die Karte 11 zum ersten Mal verwendet oder ob er das Informationsangebot bereits häufig genutzt hat, denn die Bildschirmdarstellung der zentralen Zugangsseite ist jeweils gleich.

Die Zugangsseite 2 enthält zwei Eingabefelder 3, 4, die zur Eingabe des Zugangscode dienen. Auf der in Fig. 4 gezeigten Karte 11 befinden sich neben der

Internetadresse 12 der zentralen Zugangsseite eine Kartennummer 13 sowie ein Kartencode 14. In diesem Fall ist die Kartennummer 13 achtestellig und der Kartencode 14 fünfstellig, wobei jede Kartennummer 13 insgesamt nur einmal vergeben und damit individuell ist. Der Kartencode 14 ist auf der Karte 11 aufgedruckt. Da
 5 der Kartencode 14 die Funktion einer Geheimzahl hat, kann er dem Benutzer aus Sicherheitsgründen auch separat mitgeteilt werden, so dass eine missbräuchliche Verwendung durch Dritte verhindert wird. Zusätzlich kann der Kartencode benutzerseitig verändert werden.

10 Um Zugang zu dem Informations- und Kommunikationssystem zu erhalten, wird die Kartennummer 13 in das obere Eingabefeld 3 und der Kartencode 14 in das untere Eingabefeld 14 eingegeben. Die eingegebenen Daten werden über das Internet an einen als zentraler Server dienenden Rechner übermittelt, der ebenfalls Bestandteil des Informations- und Kommunikationssystems ist. Der zentrale
 15 Server enthält eine Datenbank mit allen Kartennummern und den zugehörigen Kartencodes sowie weiteren benutzerspezifischen Informationen. Es erfolgt ein Vergleich zwischen den eingegebenen und den in der Datenbank gespeicherten Daten. Bei Identität wird der Zugang freigegeben und auf dem Bildschirm 1 erscheint beim erstmaligen Einloggen die in Fig. 2 dargestellte Informationsseite 5,
 20 die bei diesem Ausführungsbeispiel auf die Internetangebote eines Versandhauses hinweist.

Wie der Darstellung in Fig. 2 zu entnehmen ist, enthält die Informationsseite mehrere, verschiedenartige Informationen. Es handelt sich dabei sowohl um Informationen,
 25 onen, die von dem Betreiber des Informations- und Kommunikationssystems zur Verfügung gestellt werden, als auch um Informationen des kartenemittierenden Unternehmens, die in Form von Texten, Bildern, Hyperlinks und anderen Multimedialkomponenten 6 präsentiert werden. In der rechten Spalte der Bildschirmdarstellung der Informationsseite 5 befinden sich zwei untereinander angeordnete
 30 Bilder 6, die auf ein besonderes Angebot hinweisen. Die Bilder sind als Hyperlinks ausgebildet und rufen beim Anwählen weitere Informationsseiten auf, die nähere Informationen zu den betreffenden Produkten liefern. In der linken Spalte findet der Benutzer allgemeine Informationen über das Unternehmen und über Bestell-

möglichkeiten. Abrufbar sind z.B. die Liefermöglichkeiten einzelner Produkte, Garantiebedingungen, Umtausch- und Rückgabemodalitäten. Einen hohen Informationsgehalt weisen Informationen in Form von benutzerseitig drehbaren dreidimensionalen Ansichten auf, die es ermöglichen, ein Produkt von mehreren Seiten zu betrachten. Falls der Benutzer bereits eine Bestellung über das Internet aufgegeben hat, lässt sich der aktuelle Bestellstatus jederzeit abfragen. Ebenso kann die Gesamtsumme der getätigten Käufe angezeigt werden. Ein zusätzlicher Anreiz wird durch die Teilnahmemöglichkeit an einem Gewinnspiel geschaffen.

- 10 Über die Schaltfläche 7 wird eine Email-Funktion aufgerufen, durch die der Benutzer gezielt mit einem Berater des Kartenemittenten Kontakt aufnehmen kann. Nach dem Anwählen der Schaltfläche 7 erscheint ein weiteres Fenster bzw. ein neuer Bildschirmausschnitt, der das persönliche Kartenpostfach des Benutzers mit den empfangenen und verschickten Emails enthält. Auf diese Weise kann er Fragen zu Produkten oder zur Verwendung stellen und das Unternehmen hat die Möglichkeit, ihn gezielt zu beraten. Die Informationen werden dabei über Emails ausgetauscht, die auch Informationen über aktuelle Sonderangebote oder Aktionen des Anbieters enthalten können. Der Benutzer kann mit dem Betreiber des Informations- und Kommunikationssystems per Email kommunizieren, der ihn auch über neue Anbieter innerhalb des Systems informieren kann. Darüber hinaus lassen sich Emails auch an externe Adressen versenden. Die hohe Werbewirkung des Systems wird vergrößert, indem an die einzelnen Emails Werbebotschaften des Systembetreibers angehängt werden, um weitere Nutzer zu gewinnen. Die Informationen der Anbieterfirmen werden dadurch im Laufe der Zeit an eine kontinuierlich steigende Zahl von Interessenten übermittelt, ohne dass einem Anbieter dadurch höhere Kosten entstehen.

- Bei einer anderen Ausführungsform des Informations- und Kommunikationssystems wird nach dem Eingeben des aus Kartennummer 13 und Kartencode 14 bestehenden Zugangscodes direkt eine spezielle Informationsseite eines Anbieters aufgerufen, die auf dessen Server abgelegt ist. Der Anbieter kann z.B. Karten anlässlich einer Messe oder bei einer besonderen Veranstaltung verteilen. Benutzt ein Verbraucher anschließend diese Karte, so können ihm spezielle themenbezo-

gene Angebote unterbreitet werden. Von dieser speziellen Informationsseite gelangt er zu den anderen Angeboten auf der Homepage des Unternehmens.

Beim Anwählen der Schaltfläche 8 in Fig. 2 wird eine Funktion aufgerufen, mit der die aktive Karte 11 mit einer weiteren Karte kombiniert werden kann. Dazu ist die Eingabe der Kartenummer und des Kartencodes der zweiten Karte erforderlich. Jedes Mal wenn der Benutzer eine neue Karte von einem Kartenemittenten erhalten hat, kann er auf diese Weise das Informationsangebot des Unternehmens mit seinen bereits vorhandenen kombinieren. Die Anzahl der kombinierbaren Karten ist nicht beschränkt, es lassen sich beliebig viele Karten kombinieren. Der Benutzer kann die von ihm bevorzugten Unternehmen gezielt zusammenstellen, um die ihn interessierenden Angebote mühelos aufzufinden. Er kann beispielsweise die Informationen des Kartenemittenten der ersten Karte 11 mit denen eines Mobilfunkanbieters und mit den Angeboten seiner bevorzugten Autovermietung kombinieren, sofern er von den jeweiligen Unternehmen entsprechende Karten erhalten hat. Durch die Eingabe eines beliebigen Zugangscodes wird der Zugang zu den Angeboten aller kombinierten Anbieter hergestellt. Die Karte ist dadurch auf das persönliche Informationsbedürfnis des Benutzers zugeschnitten, der automatisch vor belästigenden Informationen von Drittanbietern geschützt ist. Im Laufe der Zeit entsteht ein persönliches Kartenpostfach mit unbegrenzt vielen verschiedenen Inhalten.

Fig. 3 zeigt eine benutzerseitig zusammengestellte Informationsseite, die Informationen von drei verschiedenen Unternehmen enthält. Zusätzlich zu den Informationen 6 des Versandhauses, die bei der ersten Kartenbenutzung allein erschienen, sind Angebote eines Mobilfunkanbieters 9 sowie einer Autovermietung 10 abrufbar. Der Benutzer hat von allen drei Unternehmen eine Plastikkarte erhalten und die Karten miteinander kombiniert. Insgesamt besitzt er drei verschiedene Zugangscodes, mit denen er den Zugang zu der in Fig. 3 dargestellten Informationsseite herstellen kann. Wie dort zu erkennen ist, ist jede Spalte einem der Anbieter zugeordnet und enthält Hyperlinks, die zu weiteren Informationsseiten führen. Erhält der Benutzer weitere Karten, kann er die zusätzlichen Angebote mit den bereits vorhandenen kombinieren. Aus Platzgründen ist die für jeden Anbieter ver-

fügbare Bildschirmfläche begrenzt, so dass zunächst nur der Firmenname und das dazugehörige Firmenlogo gezeigt werden. Diese Hinweise sind als Hyperlink ausgebildet und führen beim Anwählen auf spezielle Informationsseiten jedes einzelnen Anbieters mit detaillierten Informationen.

5

Die gewünschten Informationen lassen sich benutzerseitig frei zusammenstellen und gruppieren. Einzelne Anbieter lassen sich wieder löschen, wenn deren Angebote nicht mehr von Interesse sind. Im Vorfeld einer Kaufentscheidung kann der Benutzer mehrere Anbieter einer Kategorie zusammenstellen, um die einzelnen Angebote gezielt zu vergleichen. Es lassen sich z.B. drei Elektromärkte auf einer Seite kombinieren, um jederzeit über Preissenkungen oder Sonderangebote informiert zu sein.

Die von dem Benutzer angewählten Seiten können unter Beachtung des Datenschutzes zur Gewinnung von Benutzerprofilen statistisch ausgewertet werden. Im Allgemeinen sind die persönlichen Daten eines Benutzers nicht bekannt, denn die Karten werden unpersonalisiert, d.h. anonym, verteilt. Nur wenn dieser es wünscht, kann er seine persönlichen Daten dem Kartenemittenten übermitteln. Die Benutzerprofile können als Grundlage für Werbebotschaften dienen, die auf das Informations- und Kaufverhalten abgestimmt sind. Einem Käufer von Sportartikeln können z.B. bei seinem nächsten Besuch Angebote über Fachbücher seines Interessengebiets oder Sportreisen gemacht werden. Durch die zielgruppenorientierte Ansprache lässt sich ein sehr viel höherer Werbeerfolg erreichen.

Der Betreiber des Informations- und Kommunikationssystems kann das gesamte Informations- und Kaufverhalten eines Benutzers erfassen, beurteilen und bewerten. Auf der Grundlage des dadurch erzeugten Benutzerprofils kann der Betreiber als Vermittler für weitere Unternehmen dienen, so dass Anbieter und Benutzer gezielt zusammengeführt werden.

30

Umgekehrt besteht die Möglichkeit, die Zufriedenheit des Kunden mit einzelnen Anbietern hinsichtlich Preis, Qualität, Service usw. zu erfragen, um Ansatzpunkte

zur Verbesserung der Angebote zu erhalten, indem das Produkt nach einem Kauf und der erfolgten Benutzung bewertet wird.

- 5 Das erfindungsgemäße Informations- und Kommunikationssystem kann auch zwischen Firmen im sogenannten „business-to-business“-Bereich verwendet werden. Produktkataloge werden im Internet für Fachkreise verfügbar gemacht, so dass hohe Druckkosten eingespart werden. Außerdem sind die Informationen immer auf dem aktuellen Stand. Verschiedenen Kunden können auch unterschiedliche Preis- und Lieferkonditionen offeriert werden und der Empfängerkreis für vertrauliche
- 10 che Informationen kann begrenzt werden.

Patentansprüche

1. Internetbasiertes Informations- und Kommunikationssystem mit mindestens einem als zentraler Server dienenden Rechner, dadurch gekennzeichnet,
5 dass es von wenigstens einem Emittenten an bestimmte Personen aus-
gebbare Informationsträger umfasst, wobei jeder Informationsträger einen
trägerspezifischen Zugangscode aufweist, durch dessen Eingabe an einem
externen Rechner auf einer von dem zentralen Server bereitgestellten zent-
ralen Zugangsseite durch die Person eine dem Zugangscode zugeordnete
10 codespezifische Informationsseite aufrufbar ist.
2. Informations- und Kommunikationssystem nach Anspruch 1, dadurch ge-
kennzeichnet, dass der Informationsträger als Karte, insbesondere als
Plastikkarte, vorzugsweise im Scheckkartenformat, ausgebildet ist, auf der
15 die Internetadresse der zentralen Zugangsseite und der Zugangscode auf-
gedruckt sind.
3. Informations- und Kommunikationssystem nach einem der vorangehenden
Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, dass ein Zugangscode eine Karten-
20 nummer und einen Kartencode umfasst.
4. Informations- und Kommunikationssystem nach einem der vorangehenden
Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, dass der Server ein Mittel zum Ver-
gleichen des eingegebenen Zugangscode mit einem in einer Datenbank
25 des Servers gespeicherten Zugangscode aufweist und bei Identität den
Zugang ermöglicht.
5. Informations- und Kommunikationssystem nach einem der Ansprüche 2 bis
4, dadurch gekennzeichnet, dass der Kartencode aus einer Zahlen-
30 und/oder Buchstabenkombination besteht.

6. Informations- und Kommunikationssystem nach Anspruch 5, dadurch gekennzeichnet, dass die Kartennummer wenigstens sechstellig, vorzugsweise achtstellig, und der Kartencode wenigstens vierstellig, vorzugsweise fünfstellig ist.
- 5
7. Informations- und Kommunikationssystem nach einem der vorangehenden Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, dass die codespezifische Informationsseite Hyperlinks aufweist, die mit Internetseiten des Kartenemittenten verknüpft sind.
- 10
8. Informations- und Kommunikationssystem nach einem der Ansprüche 2 bis 7, dadurch gekennzeichnet, dass die codespezifische Informationsseite durch die Eingabe eines Zugangscode eines anderen Kartenemittenten um diesem zugeordnete Hyperlinks erweiterbar ist.
- 15
9. Informations- und Kommunikationssystem nach einem der vorangehenden Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, dass es ein Mittel zum Senden und Empfangen elektronischer Mitteilungen über die Informationsseite aufweist.
- 20
10. Informations- und Kommunikationssystem nach Anspruch 9, dadurch gekennzeichnet, dass eine elektronische Mitteilung Hyperlinks enthält, durch deren Anwahl kontextspezifische Informations- und/oder Hilfeseiten aufrufbar sind.
- 25
11. Informations- und Kommunikationssystem nach einem der Ansprüche 2 bis 10, dadurch gekennzeichnet, dass die Plastikkarte gegebenenfalls zusätzlich einen Speicher, vorzugsweise einen Magnetstreifen oder einen Chip, aufweist, in dem Kartennummer und/oder Kartencode und/oder benutzerspezifische Daten gespeichert sind.
- 30

12. Informations- und Kommunikationssystem nach einem der Ansprüche 2 bis 11, dadurch gekennzeichnet, dass beim Einsetzen der Karte in einen Kartenleser einer mit dem Internet verbundenen Kommunikationseinrichtung der Zugangscode übermittelt und die dem Zugangscode zugeordnete Informationsseite aufrufbar ist.
5
13. Informations- und Kommunikationssystem nach einem der vorangehenden Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, dass die Inhalte der dem Zugangscode zugeordneten Informationsseite benutzerseitig gruppierbar, erweiterbar und wieder löschar sind.
10

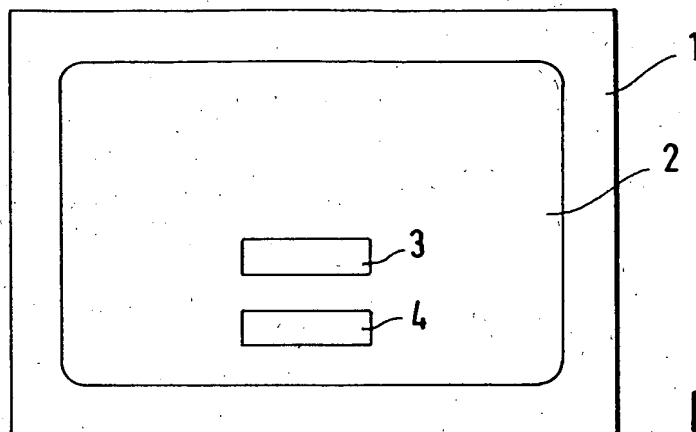


FIG. 1

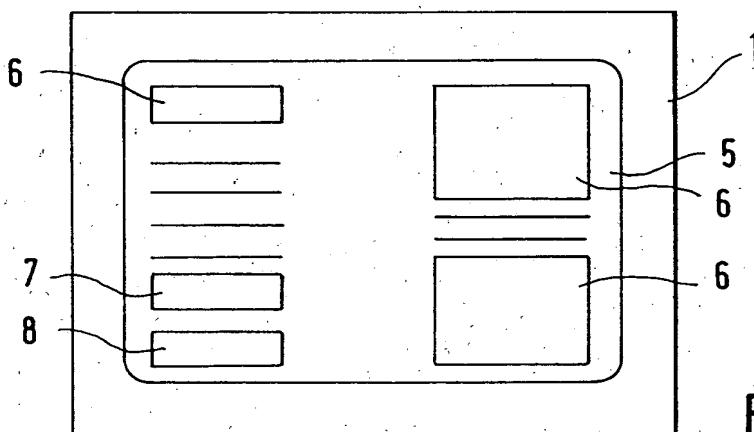


FIG. 2

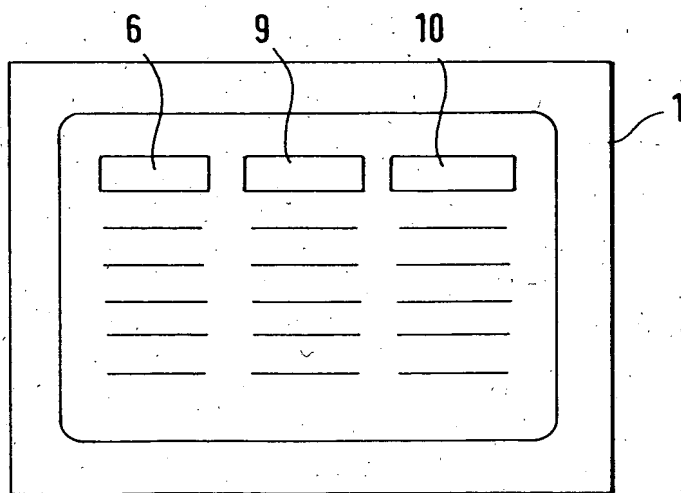


FIG. 3

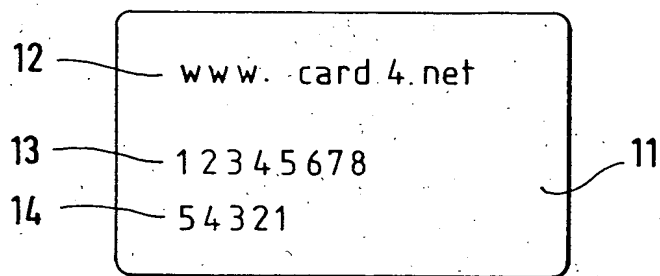


FIG. 4